



PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA VIVEROS EL TAMBO LTDA.

**ANTONIO JOAQUIN ALEGRIA VOLMAR
JUAN HORACIO CRANT LOYER**

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Desafío que deben enfrentar las empresas en un mercado dinámico, globalizado y competitivo, las obliga a monitorear continuamente los distintos actores sociales que están involucrados en la industria a la que pertenecen y al mercado de referencia en el cual de desarrollan.

En el caso de Viveros El Tambo Ltda. replantearse en términos estratégicos y operativos es fundamental para su permanencia y proyección en la Industria Vivicola del país. Nuestro objetivo, con el presente estudio, fue formular un plan de marketing estratégico para el vivero, identificando claramente la industria, el mercado de referencia y las estrategias de cobertura y desarrollo posibles de ser alcanzadas por el vivero dada sus capacidades distintivas y las características propias del sector vivicola en Chile.

Para desarrollar el plan de marketing estratégico analizamos información secundaria obtenida de bibliografía existente con respecto al tema, y realizamos un estudio de mercado por conveniencia con la finalidad de obtener información de mercado que diera sustento al plan de marketing propuesto.

Los resultados obtenidos, permitirán al vivero concentrar sus recursos en solucionar las debilidades identificadas, en potenciar las fortalezas sustentadas y en responder con mayor grado de certibilidad las dinámicas del mercado vivicola de nuestro país, lo que les permitirá desarrollarse y crecer dentro de su mercado de referencia.

Cabe señalar que el presente estudio esta concentrado en el aspecto estratégico de marketing para el vivero, dejando para un segundo estudio el análisis operativo en términos de Precio, Producto, Plaza y Promoción de los productos - mercados identificados.